Section des Diablerets
Club Alpin Suisse CAS
Club Alpino Svizzero
Schweizer Alpen-Club
Club Alpin Svizzer

Forum de réflexion sur les valeurs et l'avenir de la section des Diablerets du Club Alpin Suisse CAS

Rapport de synthèse

Janvier 2009

Catherine Hugon Communications
www.chcom.ch info@chcom.ch

Forum de réflexion sur les valeurs et l'avenir de la section des Diablerets du Club Alpin Suisse CAS

Lausanne, le 9 octobre 2008

Présents
Véronique Beetschen, Anne-Lise Berger, Philippe De Vargas, Jean-Bernard Gay, Jean-Pierre Germanier, François Gindroz, Serge Giroud, André Hoffer, Christian Hubert, Catherine Hugon, Tom Lavanchy, Christine Rapin, Daniel Rapin, Danièle Revey, Flavie Ricord, Eliane Ryser.

Objectif
Le but de cette réunion est de faire un état des lieux de la section, de ses points forts et de ses points faibles, et de dégager les valeurs qui la caractérisent. Il s'agit également d'identifier des pistes concrètes et des mesures à prendre afin de renforcer les atouts existants de la section et de compenser les lacunes ou les faiblesses qui auront été constatées, dans une vision à long terme.

Ce forum est une extension du groupe de réflexion constitué début 2008. Les éléments sur lesquels il s'appuie, sources de réflexions antérieures, sont les suivants:

- **Le rapport de Sémafor Conseil** qui, outre les questions techniques (besoins en informatique du secrétariat), aborde des éléments liés à la communication et aux nouvelles plates-formes possibles (web, etc.), ainsi qu'aux attentes des membres. Un document qui se présente donc comme une piste pour ouvrir le débat.

- **Un document de réflexion sur les valeurs du Club** préparé et présenté par Flavie Ricord, partant initialement d'une réflexion sur l'attitude consumériste des membres. La présentation aborde notamment les questions de la fidélisation des clubistes et de la difficulté à trouver une relève pour les tâches administratives, d'encadrement ou d'animation. Elle propose des pistes de travail notamment par rapport à la définition des valeurs de la section et leur communication.

- Quelques éléments présentés par François Gindroz issus d'une **étude sur la représentation des genres** à l'intérieur du CAS. Dépassant la question des genres à proprement parler, cette étude ouvre le débat sur la question de l'adéquation entre l'offre et la demande.

- Une présentation de **l'état des courses d'hiver 2008 (statistiques) des Diablerets** – qui soulève également la question de l'adéquation entre l'offre et la demande (450 places non utilisées en ski rando alors que des remarques sont souvent émises sur le manque de places disponibles en courses).

Voici les principaux thèmes abordés:

1. ACCUEIL

Constat
L'accueil est primordial. S'il est chaleureux, on a envie de revenir et, peut-être, de se montrer plus actif, de s'engager. Certains témoignages montrent que ce premier contact avec la section est parfois assez décourageant: sentiment de groupes fermés, de ne pas savoir où s'adresser, d'être presque un intrus. La bibliothèque sert actuellement de point de renseignements, ce qui est fort utile mais peut-être insuffisant. Au-delà du renseignement, l'accueil comprend les notions de convivialité, de communication, voire de suivi et d'accompagnement; autant d'éléments qui pourraient être améliorés.

Pistes
Tant pour la réception de nouveaux membres que pour le stamm du vendredi soir:

- **Etablir une table "Accueil" permanente** où les nouveaux venus se retrouvent. Le sentiment de ne pas être seul "nouveau" est rassurant. Une ou deux personnes accueillent et dirigent les nouveaux membres vers cette table, discutent avec eux, s'intéressent à leur vécu au niveau de la montagne, partagent leur expérience, etc. Cela ajoute une touche plus personnelle et chaleureuse.

- **Etablir des points d'accueil spécialisés sur différentes disciplines** (coins "grimpeurs", "alpinisme", "ski", "Jeunesse", etc.) répartis dans la salle. Identifier un certain nombre de volontaires pour assurer cet accueil.

- **Inciter les adhérents actuels à plus d'attention envers les nouveaux membres**. Par des communications qui peuvent se faire dans les éditos du Bulletin, verbalement lors des assemblées et par l'exemple, durant les stamms (pour cela, briefer les chefs de courses et autres personnes occupant des fonctions spéciales – buvette, bibliothèque, etc.).

- **Inciter dès le départ les nouveaux membres à adopter une attitude d'ouverture.** Cela peut se faire par l'ajout sur les formulaires d'inscription d'une information sur les valeurs d'accueil, d'engagement et de partage de la section.

- **Améliorer l'information des nouveaux membres**: donner un mode d'emploi avec le bulletin d'inscription, la lettre de bienvenue, ou lors de la réception de nouveaux membres.

- **Créer des événements:** conférences avec orateur spécial, présentation de matériel (fabricants), soirées-apéritif estivales, etc.

- **Favoriser les échanges avec d'autres sections:** soirées rencontres, courses communes, infos dans le Bulletin sur certains événements qui se sont déroulés dans d'autres sections, etc. Une manière de plus de susciter l'ouverture et de dynamiser la section en diversifiant les événements.

2. ENGAGEMENT

Constat
Il est devenu difficile de trouver des personnes qui s'engagent dans les comités. Autrefois, le fait d'être membre du comité était perçu comme un honneur, un privilège, et les candidats se présentaient spontanément. Aujourd'hui, le manque de relève devient inquiétant pour l'avenir de la section. A titre d'exemple, le groupe de skieurs voit actuellement son avenir compromis par absence de relève. Pourquoi ce manque de motivation?

- rôles mal compris;
- charge de travail perçue comme trop importante;
- organisation interne de la section et fonctions des diverses instances mal comprises;
- bénévolat et engagement globalement peu valorisés;
- affaiblissement du sentiment d'appartenance au Club.

Pistes
- **Elaborer des cahiers de charges** bien définis pour chaque fonction. Délimiter les fonctions de manière à ce que chacune nécessite un investissement raisonnable et puisse être assumée par une personne exerçant une activité professionnelle. Publier ces postes sur le site web et

dans le bulletin de la section comme de véritables offres d'emploi, avec description des tâches et évaluation du temps à mettre à disposition.

- **Mettre en valeur les côtés positifs des fonctions** et ce qu'elles apportent. Dans le vocabulaire, éviter les termes à connotation négative ("corvée" de bois, "nettoyage" de la cabane). Les commissions pourraient aussi se présenter et décrire leurs activités durant les soirées mensuelles.

- **Disposer d'une liste des membres actifs** dans laquelle on puisera pour rechercher des forces vives lorsque des postes sont à repourvoir. On estime les membres actifs à 700-800 personnes sur les 4'000 membres que compte la section.

- **Disposer de listes de bénévoles** intéressés à rendre des services ponctuels en cours d'année (délégations et représentations, équipe de soutien logistique et carnet des courses, intendance des cabanes, etc.).

- **Externaliser ou dédoubler certaines fonctions clés** et/ou nécessitant un fort investissement en temps/compétences (p. ex. président de la section, président des cabanes, comptabilité/trésorerie, etc.).

- Par l'intermédiaire des plates-formes de communication du club (site, bulletin, soirées) **permettre aux membres de s'exprimer sur leur vécu au sein de la section**: témoignages, expériences, souvenirs marquants, ce que leur apporte le club, etc.

- **Sensibiliser les membres à insérer des annonces publicitaires** sur le site web, dans le bulletin et le carnet des courses, et fidéliser nos annonceurs.

3. ATTENTES DES MEMBRES / FIDELISATION

Constat
Les attentes des membres sont aussi diversifiées que leurs profils, leurs manières de pratiquer la montagne ou leurs raisons d'adhérer au Club. Se demander si la section répond aux attentes des membres, et surtout si elle y répondra à l'avenir, revient à se poser la question de l'adéquation entre l'offre et la demande.

Avec la démocratisation des activités liées à la montagne (autrefois plus élitistes) et l'ouverture du Club (abandon du parrainage), le tournus est plus important qu'auparavant. Or la fidélité des membres est importante, car elle va souvent de pair avec l'engagement.

Pistes
- **Réaliser une enquête de satisfaction parmi les membres actuels.**

- **Identifier les attentes des nouveaux inscrits** en incluant quelques questions sur leurs attentes dans le formulaire d'adhésion.

- **Renforcer l'offre de la section dans les domaines moins/pas représentés**: familles, seniors, ski-alpinisme, escalade sportive (GJ), culture, etc.

- **Une enquête à paraître dans le Bulletin concernant les centres d'intérêt des lecteurs** par rapport au contenu de la revue contribuera également à mieux cerner les centres d'intérêts des membres.

- **L'analyse des statistiques de visites du site web** de la section permettra d'identifier ce que recherchent les personnes qui viennent consulter cette plate-forme (outils de statistiques gratuits à télécharger).

- **Ouvrir des fenêtres sur l'extérieur:** observer ce qui se passe ailleurs est toujours enrichissant: autres sections, clubs alpins à l'étranger, autres organismes, etc.

4. JEUNES

Constat
Certaines des préoccupations exprimées par le représentant du Groupe Jeunesse (GJ) sont identiques à celles évoquées par les autres participants: accueil à améliorer, faible participation aux événements (p. ex. soirée des moniteurs), problèmes de fidélisation. Par ailleurs, on constate une participation quasi nulle aux stamms ainsi que d'importantes défections lors du passage crucial AJ-OJ. Par rapport aux jeunes et à leurs valeurs dans le monde actuel, on peut se demander si le Club Alpin n'a pas une image un peu désuète, voire "ringarde"?

Pistes
- **Travailler sur un système de communication basé sur le mail et/ou les réseaux virtuels** (p. ex. Facebook).

- **Adapter la terminologie** utilisée par le Club afin que les jeunes se reconnaissent davantage.

- **Créer des communications s'adressant spécialement aux jeunes** (flyers, pages web, mailings).

- **Créer des ponts plus forts** entre les activités Jeunesse et les autres (réunir sites CAS-Diablerets et site OJ/AJ): lieu de rencontre, événements, cours et courses, école de ski, etc.

5. SYNTHESE : POINTS FORTS ET VALEURS

Constat
La section dispose de beaucoup d'atouts et se porte plutôt bien. Ses points forts et ses valeurs (mis en évidence par cette réflexion) doivent être exprimés et communiqués de manière plus claire, plus cohérente et plus large, en exploitant plus efficacement les vecteurs de communication à disposition, voire en en créant de nouveaux. Les points faibles identifiés sont dans une large mesure liés à un affaiblissement des valeurs et/ou au manque de vigueur dans la communication les concernant.

Le tableau ci-après résume ces éléments:

Points forts	**Valeurs**
Richesse du carnet de course (nombre, variété, niveaux, régions, durée) Richesse des cours de formation proposées Cabanes Nombre de membres en croissance constante Nombreuses plates-formes de communication (Bulletin, site web, assemblées, cours et courses, etc.) Convivialité, amitiés créées	**Passion et respect de la montagne** **Respect mutuel** **Partage et convivialité** **Engagement** **Ouverture (≠ élitisme)** **Communication et échange**
Points faibles ou à améliorer	**Vecteurs de communication**
Accueil des nouveaux membres peu chaleureux Fidélité en baisse (fort tournus) Sentiment d'appartenance en baisse Participation des jeunes en baisse Manque de relève dans les comités et postes à responsabilité Image de club élitiste Certains canaux de communication (mail, web, forums, extranet, réseaux, etc.) peu exploités Offre faible sur certaines activités: familles, ski-alpinisme (à positionner comme activité populaire), escalade sportive GJ (idem) Cibler davantage la communication sur des centres d'intérêt spécifiques Créer davantage d'événements et favoriser davantage les échanges	Membres existants et nouveaux adhérents Encadrants et ceux qui exercent une fonction spécifique (CA, chefs de course, moniteurs, comité, bibliothèque, buvette, cabanes, etc.) Site internet Mail Nouvelles technologies web (réseaux, forums, extranet) Secrétariat – rôle d'animation et de communication Bulletin Carnet des courses Soirées mensuelles Cours et courses